



TECNOLOGICO SUPERIOR “CORDILLERA”

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

PLAN DE DIFUSIÓN CULTURAL PARA DAR A CONOCER EL TEMPLO DE LA
PATRIA COMO ATRACTIVO TURÍSTICO DEL D.M.Q PARA TURISTAS
NACIONALES Y EXTRANJEROS.

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnóloga en
Administración Turística y Hotelera

Autor: Manguia Asimbaya Paola Aracely

Tutor: Lic. Sandra Santiesteban C.

Quito, Noviembre 2014

DECLARATORIA

Yo, Manguia Asimbaya Paola Aracely con CI: 172626535-6, estudiante del Instituto Tecnológico Superior Cordillera, respectivamente con la tesis titulada Plan de difusión cultural para dar a conocer el Templo de la Patria como atractivo turístico del D.M.Q para turistas nacionales y extranjeros. DECLARO BAJO JURAMENTO que:

1. La tesis antes mencionada es de mi autoría.
2. He aceptado las normas de las citas y referencias de las fuentes consultadas, por lo tanto la información no ha sido plagiada.
3. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido copiados, ni duplicados con esta información aportara a la realidad de la investigación.

CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Manguia Asimbaya Paola Aracely estudiante de la Escuela de Administración Turística y Hotelera, libre y voluntariamente cedo los derechos de autoría de mi investigación a favor del Instituto Tecnológico Superior Cordillera

Manguia Asimbaya Paola Aracely

172626535-6

AGRADECIMIENTO

Le agradezco a Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por haberme dado la fortaleza para seguir a delante en los momentos más difíciles de mi vida. Le doy gracias a mis padres, Olga y Carlos por el apoyo incondicional que me han brindado, por los valores que me han inculcado, y por haberme dado la oportunidad de tener una excelente educación en el transcurso de mi vida .A mis hermanos, sobrinos y cuñadas por ser una parte importante en mi vida y representar la unidad familiar .A mis mejores amigas Mariana, Rocío, Alejandra y Alisson por apoyarme en las buenas y en las malas .A Eduardo Guzman, por ser una parte importante de mi vida, por haberme apoyado en las buenas y en las malas, sobre todo por su paciencia, respeto, confianza y su amor incondicional. Le agradezco la confianza, apoyo y dedicación de su tiempo a mi tutora y lector: Sandra Santiesteban y Patricio Acuña. Por haber compartido sus conocimientos y sobre todo su amistad. A mis amigos por confiar y creer en mí y haber hecho de esta etapa un trayecto de vivencias y experiencias que nunca olvidaré.

DEDICATORIA

La dedico a Dios quien supo guiarme por el buen camino, darme fuerzas para seguir y no desmayar en los problemas que se me presentaban, enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.

A mi padre por brindarme los recursos necesarios y estar a mi lado aconsejándome siempre. A mi madre por ser el pilar fundamental en mi vida por hacer de mí una mejor persona a través de sus consejos enseñanzas y amor, que con su apoyo me hay ayudado a cumplir uno de mis objetivos.

ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO I.....	1
I. Antecedentes.....	1
1.01. Contexto.....	3
1.02. Justificación.....	6
1.03. Problema Central.....	6
CAPÍTULO II.....	7
II. Análisis de Involucrados.....	7
2.01. Mapeo de Involucrados.....	9
2.02. Matriz de Análisis de Involucrados.....	10
2.03. Análisis Teórico.....	11
CAPÍTULO III.....	12
III. Problemas y Objetivos.....	12
3.01. Árbol de Problemas.....	12
3.02. Árbol de Objetivos.....	13
3.03. Análisis Teórico.....	14
CAPÍTULO IV.....	14

IV. Análisis de Alternativas.....	14
4.01 Matriz de Análisis de Alternativas.....	16
4.01.1. Análisis Teórico.....	17
4.02. Diagrama de Estrategias.....	21
4.03. Matriz de Marco Lógico.....	22
CAPÍTULO V.....	24
IV. La Propuesta.....	24
5.01 Antecedentes.....	24
5.02. Descripción.....	25
5.03. Población y Muestra.....	26
5.04. Análisis de la Información.....	26
CAPÍTULO VI.....	36
VI. Aspectos Administrativos.....	36
6.01. Recursos.....	36
6.02. Presupuestos.....	37
6.03. Cronograma.....	39
CAPÍTULO VII.....	42

VII. Conclusiones y Recomendaciones.....	42
7.01. Conclusiones.....	42
7.02. Recomendaciones.....	42

ÍNDICE TABLAS

Tabla 1 – Matriz de análisis de Involucrados.....	10
Tabla 2 – Matriz de Análisis de Alternativas	16
Tabla 3 – Matriz de Impacto de los Objetivos	18
Tabla 4 – Matriz de Marco Lógico.....	22
Tabla 5 – Pregunta No. 1.....	26
Tabla 6 – Pregunta No. 2.....	27
Tabla 7– Pregunta No. 3.....	28
Tabla 8 – Pregunta No. 4.....	29
Tabla 9 – Pregunta No. 5.....	30
Tabla 10 – Pregunta No. 6.....	31
Tabla 11 – Pregunta No. 7.....	32
Tabla 12 – Pregunta No. 8.....	33
Tabla 13 – Pregunta No. 9.....	34

Tabla 14 – Cronograma	39
------------------------------------	-----------

ÍNDICE FIGURAS

Figura 1 - Análisis de Involucrados	7
Figura 2 - Mapeo de Involucrados	9
Figura 3–Matriz de Análisis de Involucrados	10
Figura 4 - Árbol de Problemas	12
Figura 5 - Árbol de Objetivos.....	13
Figura 6 - Diagrama de Estrategias	21
Figura 7 - Pregunta No. 1	27
Figura 8 - Pregunta No. 2	28
Figura 9 - Pregunta No. 3	29
Figura 10 - Pregunta No. 4	30
Figura 11 - Pregunta No. 5	31
Figura 12 - Pregunta No. 6	32
Figura 13 - Pregunta No. 7	33
Figura 14 - Pregunta No. 8.....	34
Figura 15 - Pregunta No. 9.....	35

Figura 16 – Fotografías.....	45
Figura 17 – Fotografías.....	45
Figura 18 – Fotografías.....	46
Figura 19 – Fotografías.....	46
Figura 20 – Fotografías.....	47
Figura 21 – Fotografías.....	47

RESUMEN EJECUTIVO

Tema: Plan de Difusión Cultural para dar a conocer el Templo de la Patria como atractivo turístico del D.M.Q para turistas nacionales y extranjeros.

El presente proyecto tiene como finalidad dar a conocer el Templo de la Patria como atractivo turístico del D.M.Q , ya que este cuenta con una infraestructura optima y materiales de interés cultural hacia los turistas nacionales y extranjeros , que desean conocer la historia de los próceres de la batalla del Pichincha.

Con el presente proyecto se busca identificar la llegada de más turistas, pero para esto se necesita más personal capacitado en la atención al cliente, además deberá contar con la información necesaria para brindar un mejor servicio dentro del Templo de la Patria.

Implementación de videos educativos, explicando la estrategia que utilizaron los héroes para lograr el triunfo de la Batalla de Pichincha, la inclusión de un espacio para las venta de Souvenir y artesanías conmemorativas a la Batalla y a la Ciudad de Quito.

ABSTRACT

Topic: Cultural Dissemination Plan to publicize the Temple of the Fatherland as the DMQ attraction for domestic and foreign tourists.

This project aims to publicize the Temple of the Fatherland as the DMQ attraction, as this has an optimal infrastructure and materials of cultural interest to domestic and foreign tourists, who want to know the history of the heroes of battle of Pichincha.

The present project seeks to identify the arrival of more tourists, but this needs more staff trained in customer care also must have the necessary information to provide better service in the Temple of the Fatherland.

Implementation of educational videos explaining the strategy used by the heroes to achieve victory in the Battle of Pichincha, including a space for the sale of commemorative Souvenir and Battle City of Quito and crafts.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación es una iniciativa para aprovechar el desarrollo de la demanda turística, para lo cual es necesaria la adecuada difusión del atractivo cultural, con la finalidad de incrementar la llegada de visitantes y turistas.

La característica del proyecto es dar a conocer el atractivo cultural, para generar un impacto positivo en el mercado turístico y para el lugar, fomentar así el incremento económico del sector y del atractivo cultural.

CAPÍTULO I

I. Antecedentes

TEMA: “Plan de Desarrollo Turístico de la Parroquia Guanujo, Cantón Guaranda, Provincia De Bolívar, Año 2011.”

AUTOR: Arquello Moncayo Delfa Rocío y Chela Llumiguano María Esther

AÑO: 2011

INSTITUCIÓN: GUARANDA / UEB / 2011

CONCLUSIÓN: De la Presente tesis se utilizara la estructura la cual permitirá un desarrollo de ideas para la tesis.

TEMA: Plan de difusión de los atractivos turísticos en la ruta quito - Latacunga que comercializa la empresa de ferrocarriles del Ecuador.

AUTOR: Pasquel Marcalla, Winston Fabián

AÑO: 2012

INSTITUCIÓN: Universidad Tecnológica Equinoccial

CONCLUSIÓN: Se utilizara los parámetros para poder realizar El plan de difusión cultural.

TEMA: Plan De Desarrollo Turístico Para El Cantón Pastaza

AUTOR: Estrada, Myriam

PLAN DE DIFUSIÓN CULTURAL PARA DAR A CONOCER EL TEMPLO DE LA PATRIA COMO ATRACTIVO TURÍSTICO DEL D.M.Q PARA TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS.

AÑO: 2008

INSTITUCIÓN: Universidad Tecnológica Equinoccial

CONCLUSIÓN: Del presente proyecto se utilizara la metodología de investigación para la viabilidad del proyecto.

TEMA: Plan De Desarrollo Turístico De La Parroquia De Guayllabamba, Cantón Quito, Provincia De Pichincha.

AUTOR: Tutillo Aguayo, Amparo Elizabeth

AÑO: 2010

INSTITUCIÓN: Universidad Tecnológica Equinoccial

CONCLUSIÓN: Del presente proyecto se utilizara el planteamiento de desarrollo turístico del lugar.

TEMA: Plan De Desarrollo Turístico Del Cantón San Miguel De Urcuqui, Provincia De Imbabura

AUTOR: Almeida Torres, Paulina Alexandra

AÑO: 2009

INSTITUCIÓN: Universidad Tecnológica Equinoccial

CONCLUSIÓN: Del presente proyecto se utilizara la metodología de la estructura para la elaboración de la tesis.

PLAN DE DIFUSIÓN CULTURAL PARA DAR A CONOCER EL TEMPLO DE LA PATRIA COMO ATRACTIVO TURÍSTICO DEL D.M.Q PARA TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS.

1.01 Contexto

El Ecuador está situado en América del Sur, sobre la línea ecuatorial, por lo cual su territorio se halla en ambos hemisferios (norte y sur). Limita por el norte con Colombia, por el este y sur, con Perú. Por el oeste, el océano Pacífico que baña sus 640 kilómetros de costa. A casi 1000 km de distancia se encuentran las principales islas ecuatorianas: el archipiélago de Colón o de Galápagos, que comprende 13 islas mayores y decenas de islotes.

La Cordillera de los Andes atraviesa el país del cual es producto su mega diversidad. Su situación ecuatorial lo beneficia ya que tiene una insolación permanente que lo hace cálido todo el año. Sus principales ciudades son: Quito la capital, Guayaquil, Cuenca, Riobamba y Manta. Ecuador es el país de los pueblos quechua y tagaeri, de los volcanes y las tortugas gigantes de las islas Galápagos; y famoso por su artesanía: shigras (bolsos de mano), hamacas, sombreros de paja, sarapes (cales) y ponchos de vivos colores fabricados en algodón.

A casi 3000 metros de altitud se localiza Quito, en un valle andino. Es una de las ciudades más antiguas del continente, a demás del centro político y financiero de Ecuador. La urbe más poblada es Guayaquil, el principal puerto marítimo y capital económica del país. Ambas ciudades superan el millón y medio de habitantes. El país está dividido políticamente en 24 provincias las cuales se distribuyen en cuatro regiones naturales:

La Costa está dividida en seis provincias: Esmeraldas, Manabí, Guayas, Santa Elena, Los Ríos y El Oro. Las cuales destacan sus llanuras fértiles salpicadas de colinas de escasa altitud, por donde se extienden grandes plantaciones dedicadas al cultivo de café, cacao, caña de azúcar, frutales. Son famosas las playas y los balnearios de Esmeraldas, Manabí y Guayas. El clima cálido (más de 23 °C de temperatura media) presenta una estación lluviosa entre diciembre y mayo, y otra seca, desde junio a noviembre.

La Sierra la cordillera de los Andes atraviesa el Ecuador de norte a sur. Alberga numerosos volcanes con altas cimas cubiertas de nieve e imponentes glaciares. Se destacan el Chimborazo (6.310 m) la cumbre más alta del país, y el Cotopaxi. En estas montañas nacen casi todos los ríos importantes de Ecuador, como el Guayas y el Napo. Está conformada por 11 provincias: Carchi, Imbabura, Pichincha, Santo Domingo de los Tsáchilas, Cotopaxi, Tungurahua, Bolívar, Chimborazo, Cañar, Azuay y Loja.

La región amazónica presenta una zona montañosa al norte, cerca del volcán Sumaco, y otra llana, al este. En esta región predomina la exuberante vegetación propia de los bosques húmedos tropicales. En la selva conviven árboles gigantescos con especies tropicales, como la canela, el árbol de seda entre otros. El clima tropical cálido tiene una estación seca de octubre a diciembre, comprende las provincias de Orellana, Pastaza, Napo, Sucumbíos, Morona Santiago y Zamora Chinchipe.

Región insular o Galápagos: El origen de este archipiélago, declarado por la UNESCO Patrimonio de la Humanidad, es volcánico. Algunos de sus principales volcanes superan los 1.500 metros de altitud y se encuentran en la isla Isabela (Wolf, Cerro Azul y Darwin). Una espinosa planta, el cactus, crece sobre un suelo de lava negra, junto a

escasos árboles, como el algarrobo, el palo santo y la guayaba. Galápagos ofrece un clima templado.

La provincia de Pichincha con su capital Quito tiene diferentes tipos de turismos los cuales son: turismo de aventura, turismo religioso, turismo ecológico y sobre todo cuenta con diferentes museos los cuales son muy importantes para el Ecuador y para la provincia, ya que en estos sitios culturales se puede encontrar y empapar de toda la historia del Ecuador. Uno de los museos que todos los ecuatorianos y turistas extranjeros deben conocer es el Templo de la Patria ya que en este lugar ocurrieron varios acontecimientos históricos para el país.

A 3 100 metros de altura se encuentra la Cima de la Libertad. Allí está el Templo de la Patria, un museo militar, pedagógico e histórico que recuerda la lucha por lograr la independencia. El museo fue inaugurado en 1982, en honor a los soldados que lucharon en la Batalla de Pichincha (1824); levantado en el lugar exacto donde se libró aquella gesta, con la que se selló definitivamente la independencia de los territorios que hoy conforman el Ecuador. El Museo Templo de la Patria alberga además fascinantes leyendas, como la de Abdón Calderón, el héroe niño que ofreció su vida por la libertad de su ciudad. El complejo consta del museo, los jardines, un teatro al aire libre, pequeños monumentos conmemorativos, un mural del maestro plástico quiteño Eduardo Kingman y la tribuna en la que se realiza el desfile militar anual. Cada 24 de Mayo se realiza en los exteriores de este museo una parada militar para conmemorar la proeza libertaria, frente a la cual estuvo Antonio José de Sucre, el Gran Mariscal de Ayacucho.

Es además un sitio privilegiado desde el cual se puede divisar la totalidad del Centro Histórico de Quito y parte de la zona norte de la ciudad.

1.02. Justificación

El presente trabajo se realizara con la finalidad de dar a conocer el museo militar a turistas nacionales y extranjeros como un elemento principal para su vida ya que este lugar contiene gran cantidad de información acerca de hechos heroicos que se presentaron en las faldas del Pichincha, en este lugar no solo se puede disfrutar del museo sino también de aéreas recreativas, una vista panorámica de la ciudad de Quito que se la conoce como Norte, Centro y Sur de la capital.

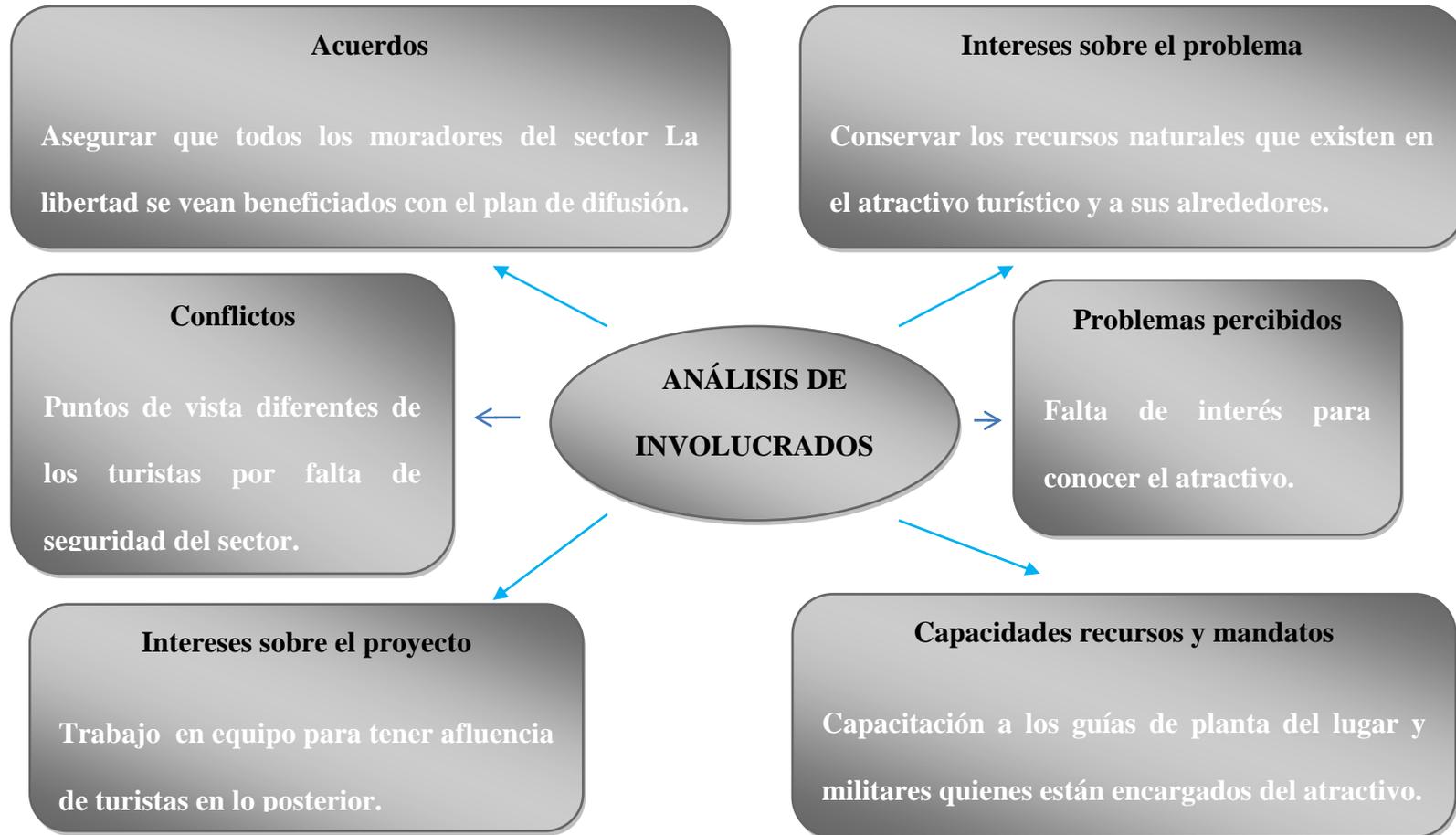
1.03. Definición del problema central

El problema central en la presente investigación es la falta de conocimiento del lugar, no existe unidades de transporte, los fines de semana y feriados, de esta manera los turistas no pueden acceder a este atractivo turístico, además este lugar es conocido como la Cima de la Libertad y su nombre es el Templo de la Patria.

II CAPITULO

II. Análisis de involucrados

Figura 1



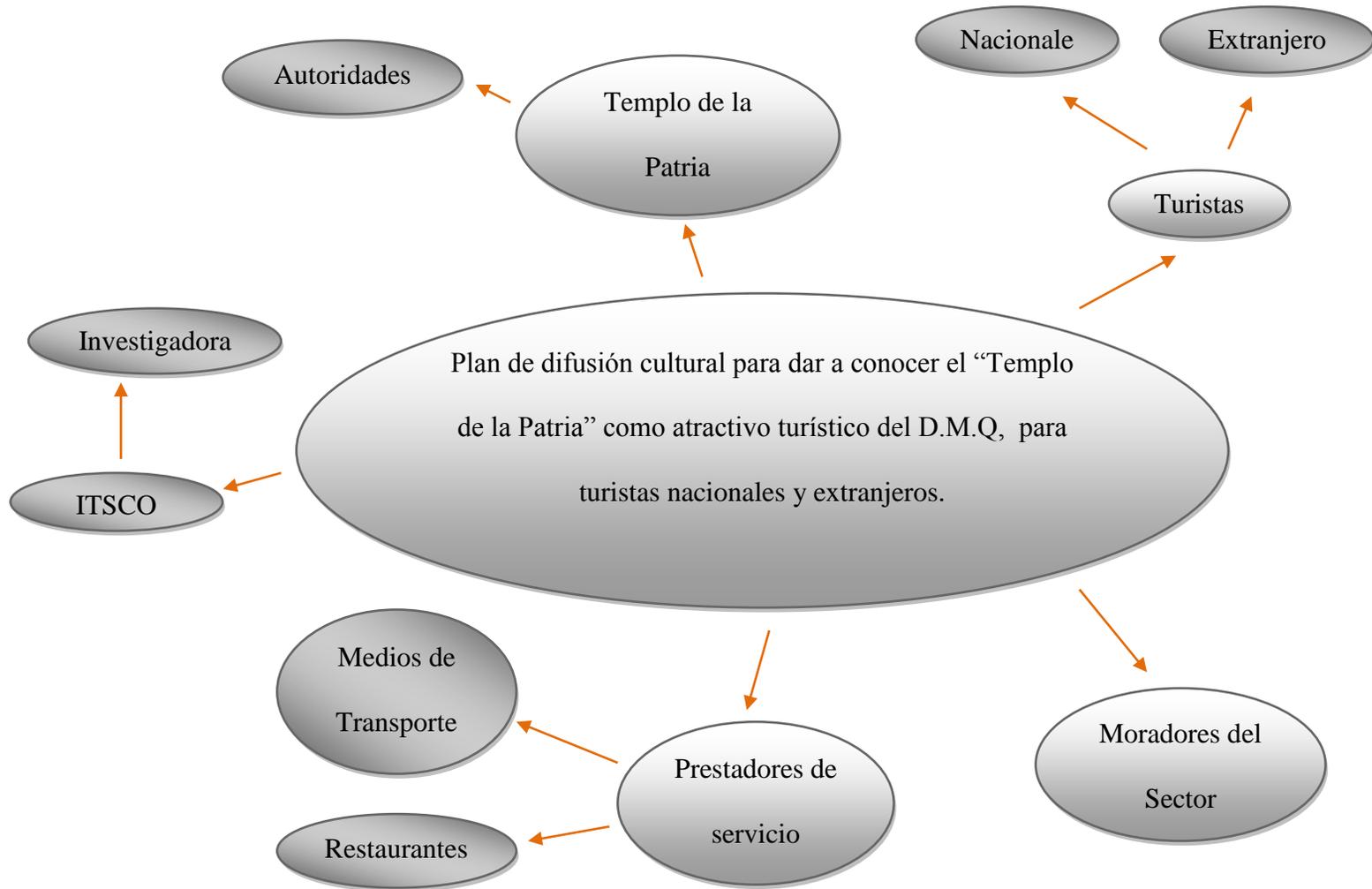
Elaborado por Paola Manguia

Análisis Teórico de involucrados

Mediante este análisis de involucrados se puede conocer una visión real del proyecto e incluir a todos los participantes de la investigación ya mencionada, donde se podrá dar a conocer las oportunidades, fortalezas, debilidades y amenazas.

2.01. Mapeo de involucrados

Figura 2



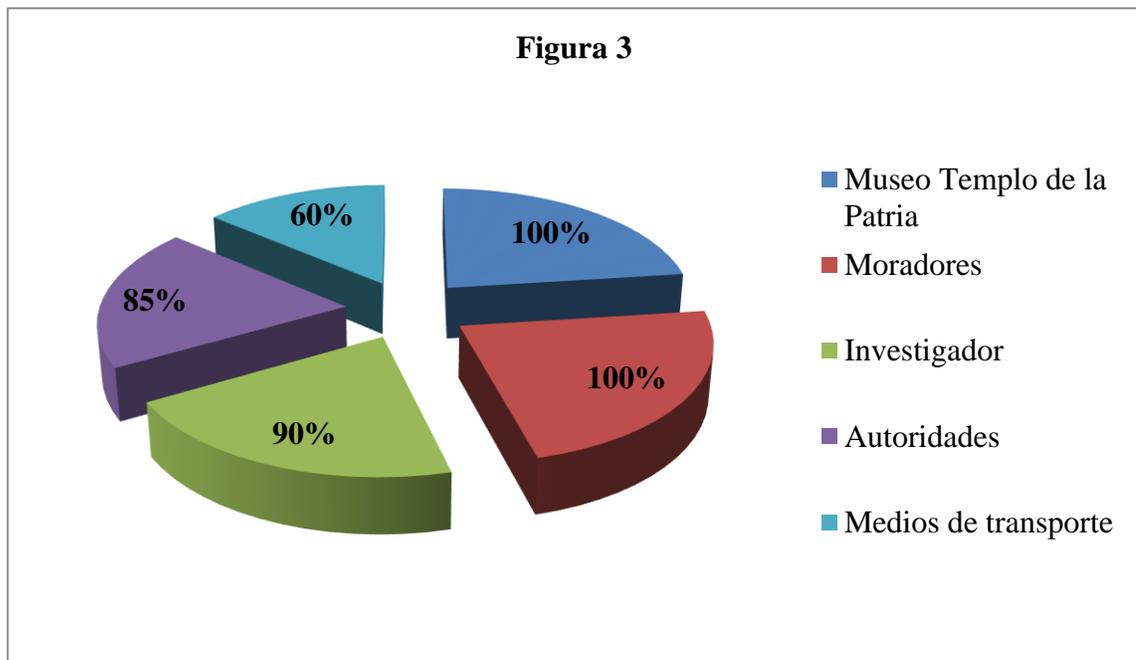
Elaborado por Paola Manguia

2.02. Matriz De Análisis De Involucrados

Tabla 1

Beneficiario	Directo	Indirecto	Porcentaje de beneficio %
Museo Templo de la Patria	X		100%
Moradores	X		100%
Investigador		X	90%
Autoridades		X	85%
Medios de transporte		X	60%

Elaborado por Paola Manguia



2.03. Análisis teórico

En este gráfico se puede conocer que el museo del templo de la patria se beneficiara un ciento por ciento ya que por medio del plan de difusión se dará a conocer el atractivo turístico.

De igual manera los moradores del sector serán beneficiados en un cien por ciento ya que se crearan nuevas plazas de trabajo.

Las autoridades encargadas del atractivo turístico también se beneficiaran en un cien por ciento ya que por medio del plan existirá gran demanda de turistas tanto nacionales como extranjero.

Los medios de transporte se beneficiaran en un cincuenta por ciento ya que se tendrá gran afluencia de turistas que pueden visitar el lugar en carro propio o harán uso del transporte público.

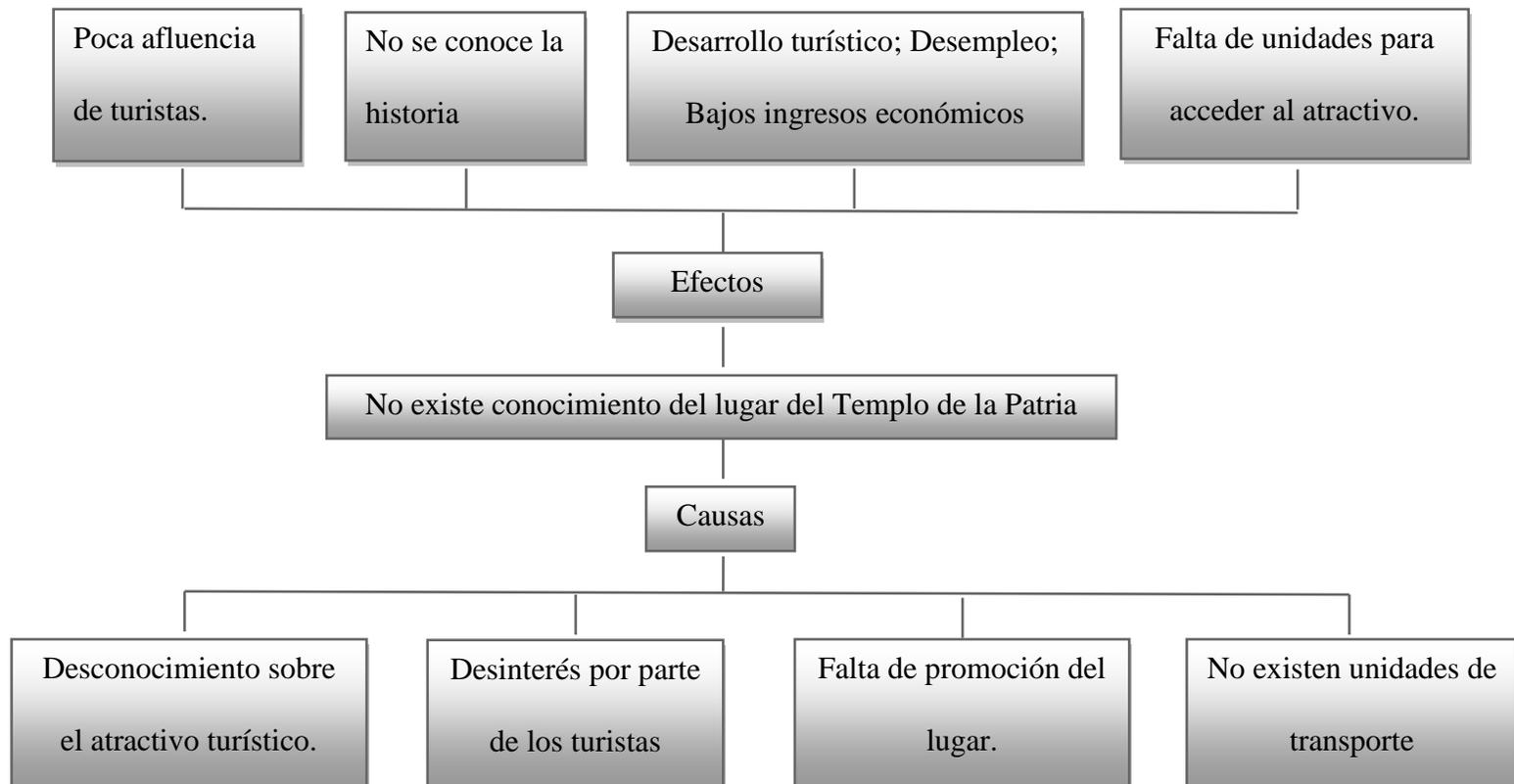
La investigadora será beneficiada en un noventa por ciento por medio del plan de difusión podrá dar a conocer a las agencias de viajes y así beneficiarse económicamente.

CAPÍTULO III

III. Problemas y Objetivos

3.01. Árbol de Problemas

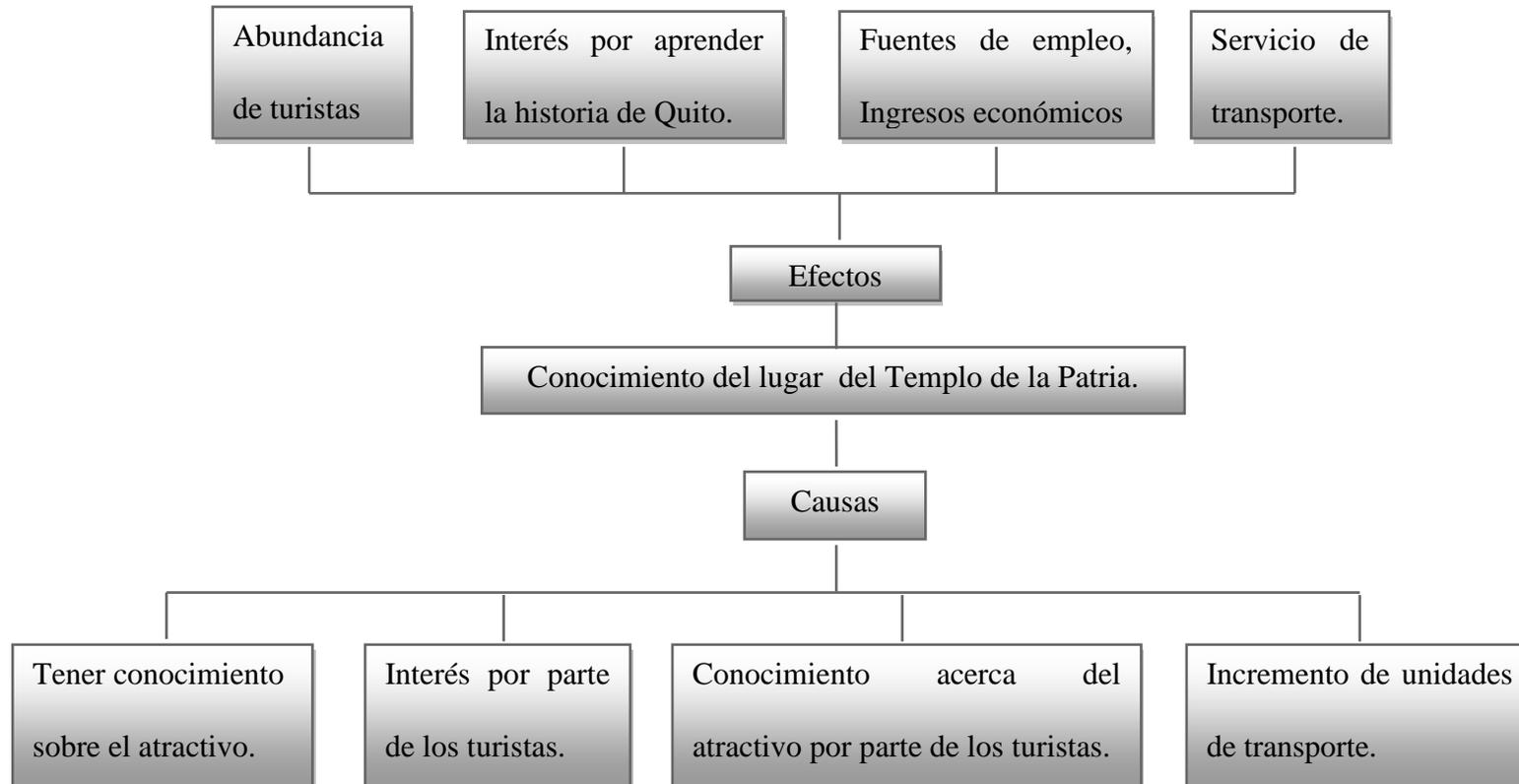
Figura 4



Elaborado por Paola Manguia

3.02. Árbol de Objetivos

Figura 5



Elaborado por Paola Manguia

3.03. Análisis Teórico

Mediante el análisis del árbol de objetivos se puede observar el crecimiento del lugar, mediante esta investigación que será para beneficio de la comunidad y del Templo de la Patria para poder practicar un turismo cultural.

CAPÍTULO IV

IV. Análisis de alternativas

4.01 Matriz de análisis de alternativas

Rangos	
Muy Bajo	1-5
Bajo	6-11
Alto	12-20
Muy Alto	21-25

El presente proyecto tiene como fin destacar el potencial turístico del atractivo, que se dará mediante la investigación que se llevará a cabo en el Templo de la Patria que se encuentra en el D.M.Q. Es así que su desarrollo, tendrá como secuelas: Los pobladores

tengan conocimientos de la importancia del turismo y del impacto que a futuro que beneficiara el país. La conservación y cuidado de los recursos culturales y naturales existentes en la zona, permitiendo así su desarrollo. Por el lado económico, habrá fuentes de empleo, desarrollo de infraestructura vial y hotelera, La posibilidad al gestionar transporte público y privado será beneficiosa. En el aspecto socio-cultural los moradores del sector obtendrán un nivel de vida favorable.

Tabla 2

MATRIZ DE ANALISIS DE ALTERNATIVAS							
Objetivos	Impacto sobre el propósito	Factibilidad Técnica	Factibilidad Financiera	Factibilidad Social	Factibilidad Política	Total	Categorías
Difusión del Templo de la Patria	4	3	3	4	3	17	Alto
Descripción del atractivo turístico	4	3	3	4	2	16	Alto
Capacitación turística a los moradores	4	3	2	3	2	14	Alto
Promover el turismo sustentable y sostenible	4	3	3	4	2	16	Alto
Elaboración de materiales P.O.P	3	3	3	4	2	15	Alto
TOTAL	19	15	14	19	11	78	

Elaborado por Paola Manguia

4.01.1. Análisis Teórico

Mediante el cuadro de análisis de alternativas se puede observar una factibilidad alta de la investigación que se está realizando para dar a conocer el Templo de la Patria que ayudara y beneficiara a los moradores del sector.

4.02. Matriz de Análisis de Impacto de Los Objetivos

Tabla 3

MATRIZ DE IMPACTO DE LOS OBJETIVOS							
Objetivos	Factibilidad de lograrse	Impacto en Género	Impacto Ambiental	Relevancia	Sostenibilidad	Total	Categorías
Difusión del Templo de la Patria	Con el apoyo de los moradores y de las autoridades del Templo de la Patria. 4	Los moradores y la población en general, podrán apreciar y valorar la riqueza cultural existente en el lugar. 3	Visitas turísticas en gran número. En este aspecto puede afectar el proyecto si no se le da una visión del turismo sostenible al mismo. 3	Por medio de este plan se dará a conocer el atractivo y generara fuentes de empleo. 4	Así se podrá rescatar el conocimiento histórico del D.M.Q 3	17	ALTA
Descripción del atractivo turístico	Por medio de la difusión cultural que	Escaso conocimiento del lugar por los	Gran afluencia turística 3	Para conocer y evitar destruir el entorno cultural	Indica los recursos naturales y	16	MEDIA ALTA

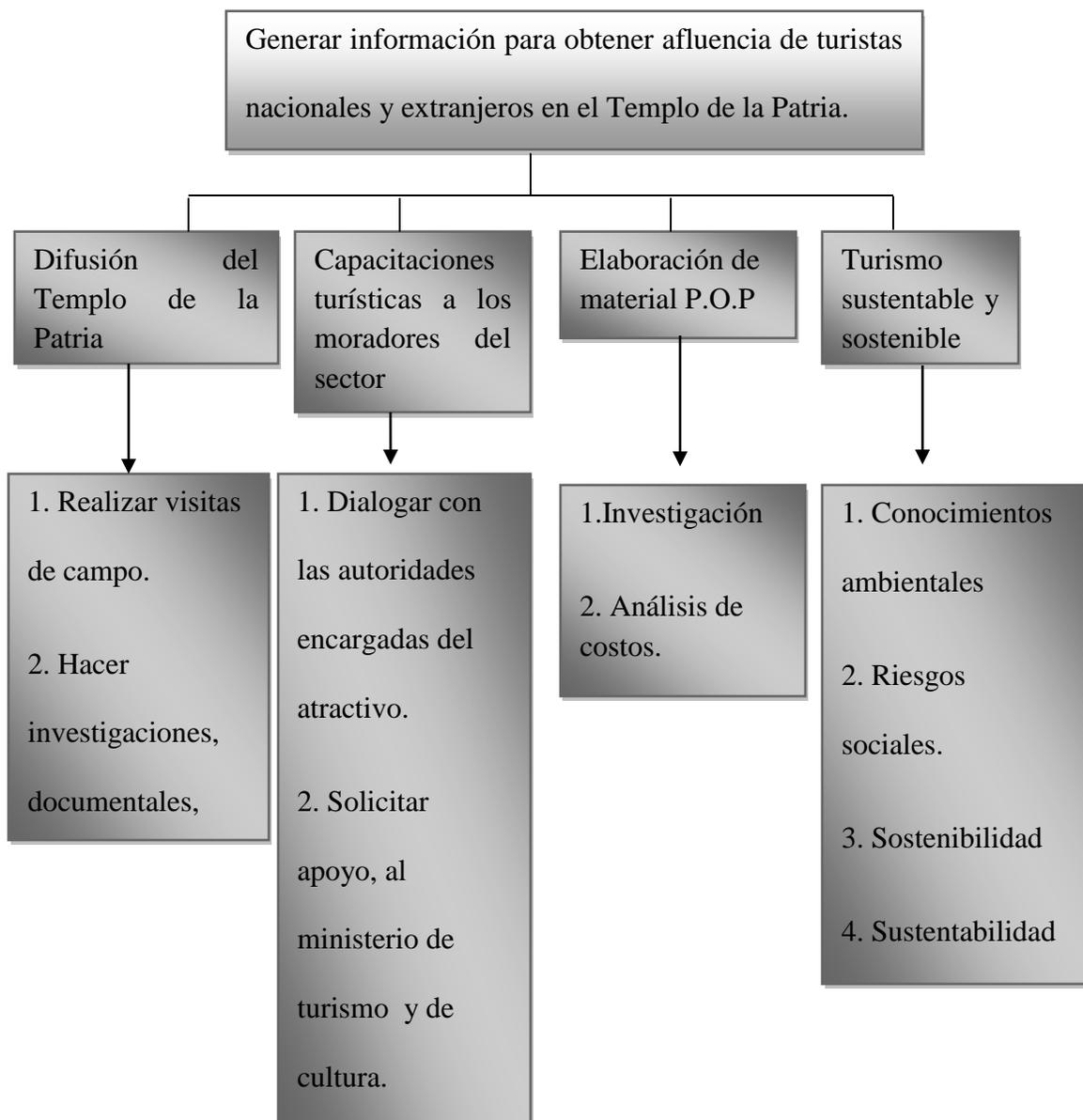
	permite dar a conocer el atractivo turístico. 3	turistas tanto nacionales como extranjeros. 3		del lugar. 4	culturales del sector. 3		
Capacitación turística a los moradores del sector	Contar con personal capacitado en el ámbito turístico 3	Generar nuevas expectativas e ideas para el desarrollo turístico. 4	Ideas motivadoras para conservar el medio ambiente. 4	Con una adecuada capacitación a los moradores, se tendrá gente dispuesta a fomentar el turismo. 4	Fomentar, desarrollar los conocimientos turísticos y de conservación del medio ambiente en los moradores. 3	18	ALTA
Promover el	De esta	Concientización	Mantenimiento y	Concientización	Plantear	18	ALTA

turismo sustentable y sostenible	manera, se motivara y fomentara la conservación del entorno natural del atractivo. 4	En el medio ambiente. 4	prevención de todo lo que rodea al Templo de la Patria. 3	Socio cultural. 3	medidas de conservación. 4		
Elaboración de materiales P.O.P	Generará el interés social, especialment e en entidades turísticas. 4	Nuevas ideas para conocer lugares culturales importantes del D.M.Q. 3	Gran afluencia turística 3	Elevara el grado de conocimientos culturales. 3	Fomentara el desarrollo turístico. 4	17	MEDIA ALTA

Elaborado por Paola Manguia

4.03. Diagrama de Estrategias

Figura 6



Elaborado por Paola Manguia

4.04. Matriz de Marco Lógico

Tabla 4

DESCRIPCIÓN	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
<p>Finalidad:</p> <p>Incremento de turistas nacionales y extranjeros.</p>	<p>Aumentar interés por la visita al Templo de la Patria de un 30% de los turistas con relación al año 2013.</p>	<p>Datos de Ministerio del Turismo.</p>	<p>Que aumente la afluencia de turistas nacionales y extranjeros.</p>
<p>Propósitos:</p> <p>1. Información adecuada del Templo de la Patria.</p>	<p>Desarrollo económico.</p>	<p>Medios de fuentes de empleo.</p>	<p>Apoyo de los moradores.</p>

<p>Componente</p> <p>Servicios turísticos adecuados.</p> <p>3. Personal capacitado en el turismo.</p> <p>4. Turismo nacional y Extranjero SATISFECHO</p>	<p>Capacitación a los moradores y prestadores de servicio.</p>	<p>Mejorar la calidad de vida de los moradores.</p>	<p>Autofinanciamiento</p>
<p>Actividades:</p> <p>Investigación de campo</p> <p>Encuestas</p>	<p>Determinación de F.O.D.A del sector.</p>	<p>Mejoramiento del desarrollo del turismo.</p>	<p>Apoyo de las entidades turísticas.</p>

Elaborado por Paola Manguia

CAPÍTULO V

IV. La Propuesta

Plan de difusión cultural para dar a conocer el Templo de la Patria como atractivo turístico del D.M.Q para turistas nacionales y extranjeros.

5.01 Antecedentes

Plan de difusión cultural es el proceso educativo y reflexivo que ayuda a formar nuevas visiones y generar propuestas positivas para alcanzar el desarrollo turístico en el lugar, creando así nuevas fuentes de empleo, ingresos económicos para los moradores del sector y de la misma manera para el sitio turístico. Lo cual cuenta con una infraestructura en óptimas condiciones, espacios de aéreas verdes, distintas salas de interés cultural entre otras. Esto se logrará a través de un folleto educativo:

El folleto es una forma sencilla de dar publicidad a una compañía, producto o servicio. Su forma de distribución es variada: por ejemplo situándolo en el propio punto de venta, mediante envío por correo o incluyéndolo dentro de otra publicación de venta o entre otras cosas.

El Folleto contiene los siguientes puntos:

En la tapa del frente se encuentra el tema y una imagen del mismo. Adentro a la izquierda tenemos una pequeña introducción del Templo de la Patria con unas imágenes. A dentro al centro está la información de las salas que se existen en el museo. Adentro a

la derecha continua con la información de las salas. Dorso encontramos imágenes de los cañones que se utilizaba para las guerras. Solapa interna información general.

5.02. Descripción

Se trata de una herramienta que nos permite informar y al mismo tiempo es una herramienta publicitaria lo cual nos ayudara a dar a conocer el Templo de la Patria.

De esta manera se realiza un análisis que nos permite ver las debilidades amenazas fortalezas y oportunidades. La investigación de mercado se divide en tres objetivos:

Objetivo Social satisface las necesidades del cliente, Objetivo Económico Determina el éxito o el fracaso de una empresa, Objetivo Administrativo se encarda del desarrollo de la empresa mediante la organización y la planificación.

5.03. Población y Muestra

Para la aplicación de la encuesta se realizara mediante datos obtenidos según el censo de población de 2010 en Quito, utilizando un margen de error de cinco, detallado en el siguiente grafico.

Fórmula:

$$n = \frac{N}{N - 1(E)^2 + 1}$$

$$n = \frac{2239.191}{2,239.190(0,0025) + 1}$$

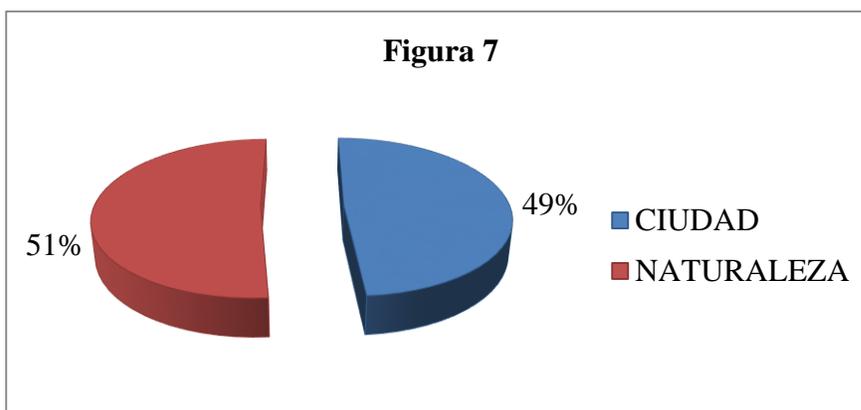
$$n = \frac{2,239.191}{5,598.975} = 400$$

5.04. Análisis de la información

1.- ¿Cuándo usted viaja cual es el ambiente de su preferencia?

Tabla 5

	Cantidad	Porcentaje
Ciudad	195	48,75
Naturaleza	205	51,25
TOTAL	400	100



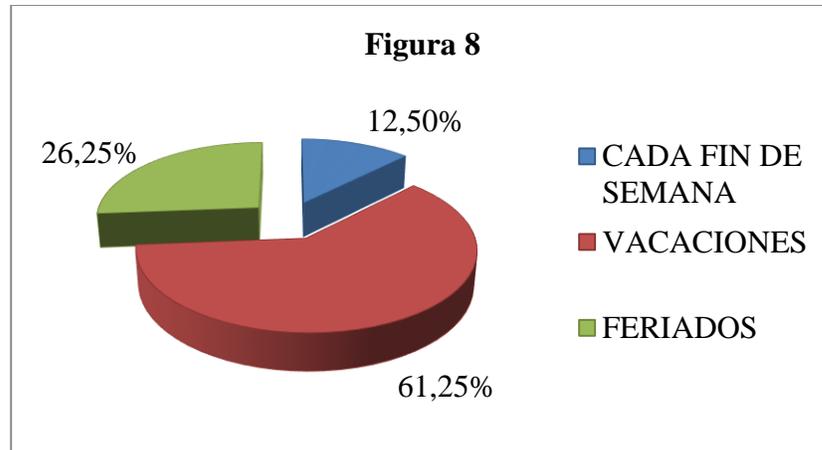
Análisis Teórico:

En la encuesta realizada se pudo determinar que el cincuenta y un por ciento de personas prefieren viajar a un ambiente natural, mientras tanto el cuarenta y nueve por ciento le gusta quedarse en la ciudad.

2.- ¿Con que frecuencia viaja?

Tabla 6

	Cantidad	Porcentaje
Cada fin de semana	50	8,75
Vacaciones	245	61,75
Feridos	105	29,5
TOTAL	400	100



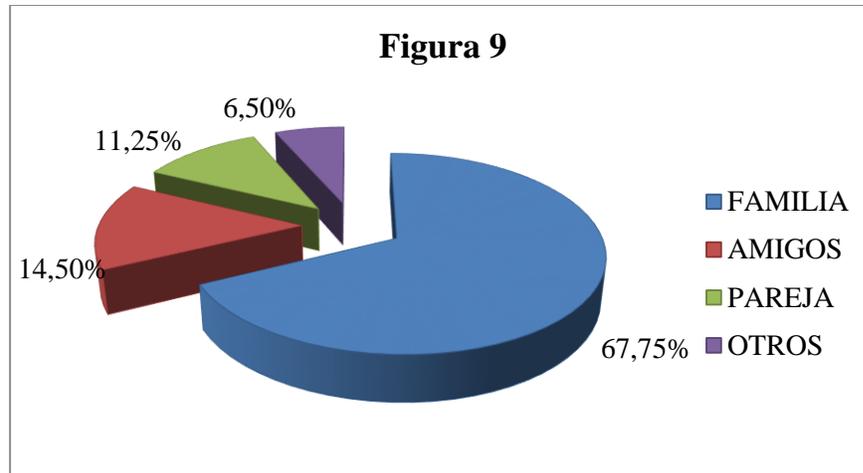
Análisis Teórico:

En la encuesta realizada se pudo determinar que el sesenta y uno coma veinte y cinco por ciento viaje en vacaciones que prácticamente es la mayoría de personas, el veinte y seis coma veinte y cinco por ciento viaja en feriados y un doce coma cincuenta por ciento viaja cada fin de semana.

3¿Cuándo viaja ¿con quién lo realiza?

Tabla 7

	Cantidad	Porcentaje
Familia	271	67,75
Amigos	58	14,5
Pareja	45	11,25
Otros	26	6,5
TOTAL	400	100



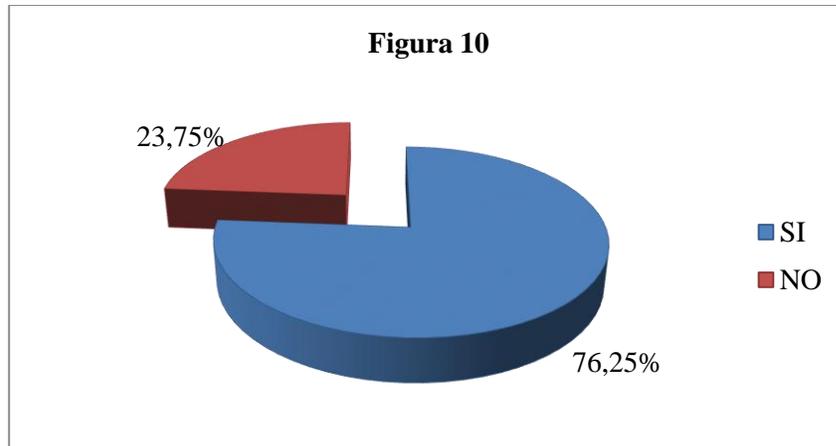
Análisis Teórico:

En la encuesta realizada se pudo determinar que el sesenta y siete coma setenta y cinco por ciento realiza sus viajes junto a su familia, el catorce coma cincuenta por ciento viaja con sus amigos, el once coma veinte y cinco por ciento viaja en pareja y por último el seis coma cincuenta viaja con distintas personas.

4¿Le gustaría conocer sobre la historia de la Batalla del Pichincha?

Tabla 8

	Cantidad	Porcentaje
SI	305	76,25
NO	95	23,75
TOTAL	400	100



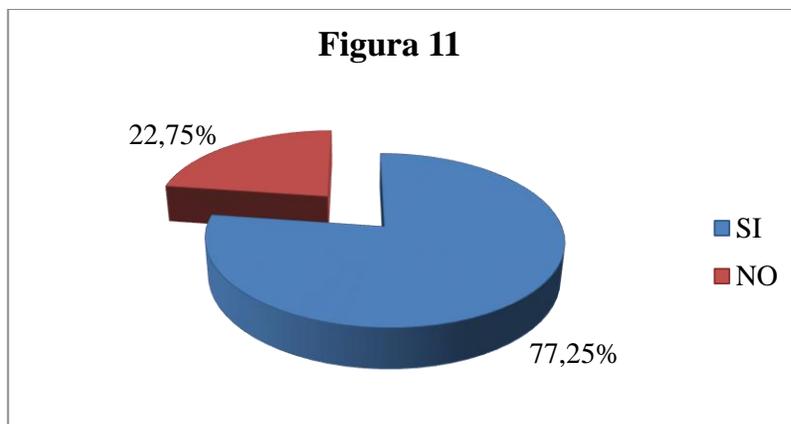
Análisis Teórico:

En la encuesta realizada se pudo determinar que un setenta y seis coma veinte y cinco por ciento si están interesados en conocer la historia de la Batalla de Pichincha, mientras tanto el veinte y tres coma setenta y cinco por ciento no están de acuerdo.

5¿Usted considera el Templo de la Patria un atractivo cultural histórico?

Tabla 9

	Cantidad	Porcentaje
SI	309	77,25
NO	91	22,75
TOTAL	400	100



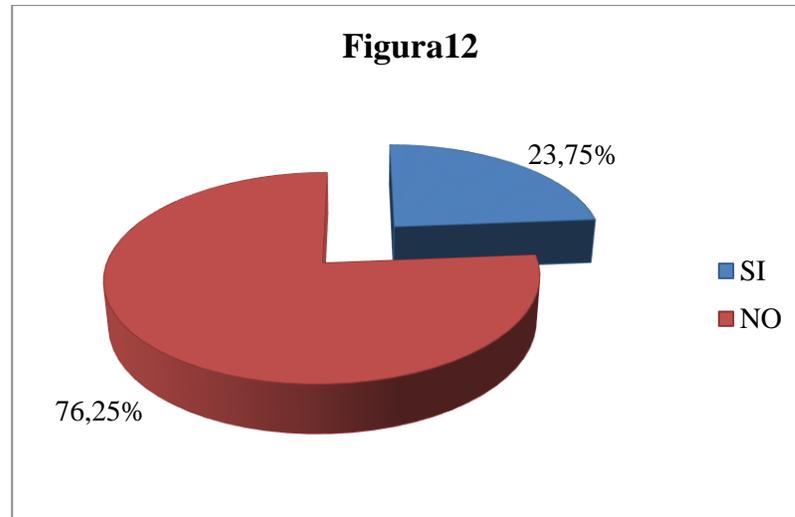
Análisis Teórico:

En la encuesta realizada se pudo determinar que un setenta y siete coma veinte y cinco por ciento de las personas consideran que si es un atractivo cultural histórico, y el veinte y dos coma setenta y cinco por ciento no están de acuerdo que el Templo de la Patria sea un atractivo cultural histórico.

6.- ¿Usted ha visitado el Templo de la Patria?

Tabla 10

	Cantidad	Porcentaje
SI	95	23,75
NO	305	76,25
TOTAL	400	100



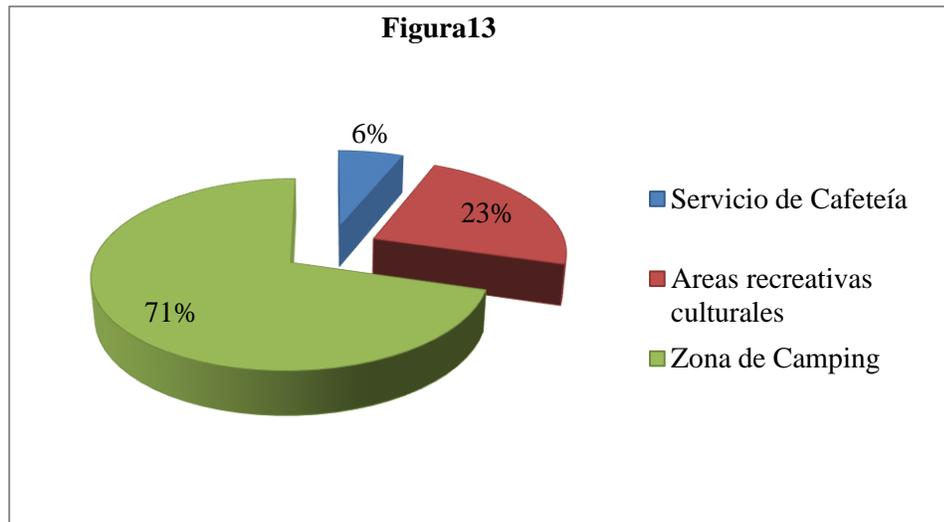
Análisis Teórico:

En la encuesta realizada se pudo determinar que un setenta y seis coma veinte y cinco por ciento no conocen el atractivo lo cual con esta información se determinara que el plan de difusión cultural va a ser factible, el veinte y tres coma setenta y cinco por ciento si ha visitado el atractivo turístico.

7 ¿Qué servicios turístico considera usted que se debe brindar en el Templo de la Patria?

Tabla 11

	Cantidad	Porcentaje
Servicio de cafetería	25	6,25
Áreas recreativas culturales	93	23,25
Zona de camping	282	70,5
TOTAL	400	100



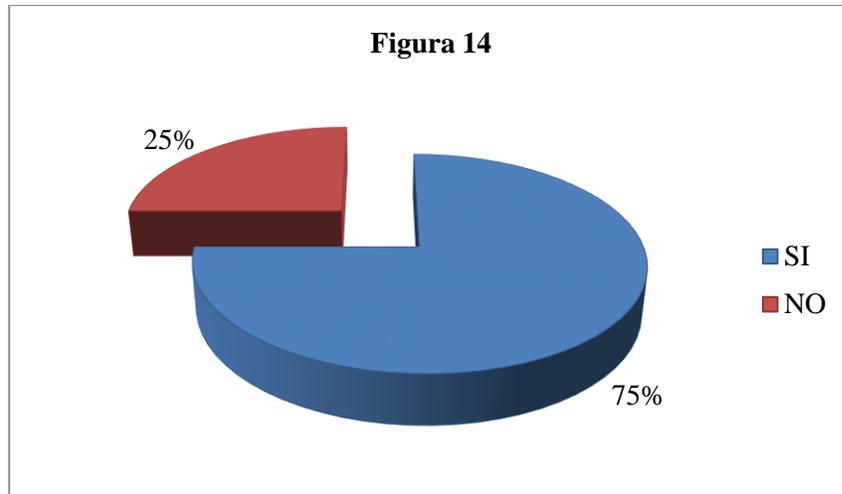
Análisis Teórico:

En la encuesta realizada se pudo determinar que el setenta y uno por ciento les gustaría que se implemente una zona de camping, el veinte y tres por ciento les gustaría que se implemente áreas recreativas culturales y un seis por ciento les gustaría que se realice el servicio de cafetería.

8. ¿Le gustaría visitar el Templo de la Patria?

Tabla 12

	Cantidad	Porcentaje
SI	300	75
NO	100	25
TOTAL	400	100



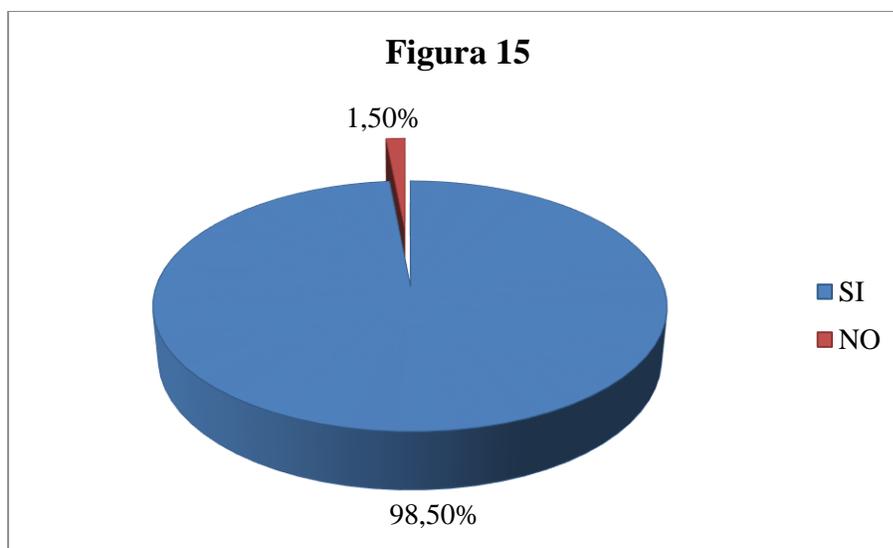
Análisis Teórico:

En la encuesta realizada se pudo determinar que el setenta y cinco por ciento si les gustaría visitar y conocer el lugar, mientras que el veinte y cinco por ciento le gustaría conocer.

9 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?

Tabla 13

	Ventas	Porcentaje
1\$	394	98,5
2\$	6	1,5
TOTAL	400	100



Análisis Teórico:

En la encuesta realizada se pudo determinar que el noventa y ocho coma cinco por ciento está en condiciones de pagar la cantidad de un dolar por la entrada al sitio turístico y el uno coma cincuenta por ciento pagaría el valor de dos dólares.

CAPÍTULO VI

VI. Aspectos Administrativos

Se detallará los todos los recursos que se utilizara para el presente proyecto de investigación.

6.01. Recursos

- Talento Humano

1. Investigadora

2. Tutora

3. Lector

4. Autoridades

5. La Comunidad

6. Los Moradores

- Económico

1. 304 \$

- Material

1. Suministros de oficina

2. Vehículo

- Tecnológico

1. Lapton
2. Flash
3. Internet
4. Copiadora
5. Impresora

- Tiempo

- | | |
|----------------------------|------------------|
| 1. Investigaciones | 1 Año |
| 2. Visita al lugar | 5 veces 15 Horas |
| 3. Dialogo con Autoridades | 5 Horas |

6.02. Presupuestos

Movilización 50

Alimentación 60

Copias 30

Impresiones 40

Empastados 20

CD 4

Internet 60

Luz Eléctrica 40

TOTAL 304 \$

6.03. Cronograma

Tabla 14

ACTIVIDADES	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre
Antecedentes	**					
Contexto	**					
Justificación	*					
Definición Del Problema Central		*				
Análisis de involucrados		**				
Mapeo de los Involucrados		*				
Matriz de Análisis de Involucrados		*				
Problema y Objetivos		*				
Árbol de Problemas		*				
Árbol de Objetivos		*				
Análisis de Alternativas		*				

Matriz de Análisis de Alternativas		*				
Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos			**			
Diagrama de las Estrategias			**			
Matriz de Marco Lógico			**			
Propuesta			*			
Antecedentes (de la Herramienta o Metodología que Propone como Solución)			**			
Definición (de la Herramienta o Metodología que Proponer como Solución)				****		
Formulación del Proceso de Aplicación de la Propuesta				**		
Aspectos Administrativos				*		

Recursos					*	
Presupuesto					*	
Cronograma					*	
Conclusiones y Recomendaciones					*	
Conclusiones					*	
Recomendaciones					*	
Sustentación del Proyecto						*

CAPÍTULO VII

VII. Conclusiones y Recomendaciones

7.01.1 Conclusiones

- Como conclusión se puede decir que mediante el plan de difusión se lograra un incremento de turistas nacionales extranjeros.
- Al final de la presente propuesta se determinara que existirá crecimiento turístico y económico
- Como conclusión se puede dar a conocer el proyecto mencionada para dar fortalecimiento a las necesidades que abarca dicho proyecto
- En conclusión este proyecto brindara un aporte a las autoridades competentes para implementar proyectos de seguridad al sector.

7.01.2 Recomendaciones

- Se recomienda capacitaciones para los moradores
- Que se implemente nuevas líneas de transporte público para así lograr el acceso al lugar turístico.
- Implementación de nuevos proyectos de seguridad.
- Implementación de infraestructura turística, preservando la naturaleza para así ayudar al medio ambiente

8. ANEXOS

8.01 Encuesta

Encuesta

Carrera: Hotelería y Turismo

Plan de difusión cultural para dar a conocer el Templo de la Patria como atractivo turístico del D.M.Q para turistas nacionales y extranjeros.

Marque la alternativa con una X. No es necesario incluir su nombre en la presente encuesta, solo complete los siguientes datos.

Género.....

Edad.....

1. ¿Cuándo usted viaja cual es el ambiente de su preferencia?

Ciudad.....

Naturaleza.....

2. ¿Con que frecuencia viaja?

Cada fin de semana..... Vacaciones..... Feriados.....

3. ¿Cuándo viaja con quien lo realiza?

Familia..... Amigos..... Pareja.....Otros.....

4. ¿Le gustaría conocer sobre la historia de la Batalla del Pichincha?

SI..... NO.....

5. ¿Usted considera el Templo de la Patria un atractivo cultural histórico?

SI..... NO.....

6. ¿Usted ha visitado el Templo de la Patria?

SI..... NO.....

7. ¿Qué servicios turístico considera usted que se debe brindar en el Templo de la Patria?

32

Servicio de cafetería..... Áreas recreativas culturales..... Zona de camping.....

8. ¿Le gustaría visitar el Templo de la Patria?

SI..... NO.....

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?

1; 00..... 2; 00.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



Figura 16



Figura 17

**PLAN DE DIFUSIÓN CULTURAL PARA DAR A CONOCER EL TEMPLO DE LA PATRIA
COMO ATRACTIVO TURÍSTICO DEL D.M.Q PARA TURISTAS NACIONALES Y
EXTRANJEROS.**



Figura 18



Figura 19

**PLAN DE DIFUSIÓN CULTURAL PARA DAR A CONOCER EL TEMPLO DE LA PATRIA
COMO ATRACTIVO TURÍSTICO DEL D.M.Q PARA TURISTAS NACIONALES Y
EXTRANJEROS.**



Figura 20



Figura 21

**PLAN DE DIFUSIÓN CULTURAL PARA DAR A CONOCER EL TEMPLO DE LA PATRIA
COMO ATRACTIVO TURÍSTICO DEL D.M.Q PARA TURISTAS NACIONALES Y
EXTRANJEROS.**